

学校编码: 10384

分类号_____密级_____

学号: B200341019

UDC _____

厦门大学

博士学位论文

论我国电视媒介资金供给机制的重构

A Study of Reconstruction on Television Media
Funded Mechanisms in China

洪金镖

指导教师姓名: 邓子基教授

专业名称: 财政学

论文提交日期: 2006年3月

论文答辩日期: 2006年6月

学位授予日期: 2006年 月

答辩委员会主席: _____

评阅人: _____

2006年3月

论我国电视媒介资金供给机制的重构

洪金镖

指导教师 邓子基教授

厦门大学

厦门大学学位论文原创性声明

兹呈交的学位论文，是本人在导师指导下独立完成的研究成果。本人在论文写作中参考的其他个人或集体的研究成果，均在文中以明确方式标明。本人依法享有和承担由此论文产生的权利和责任。

声明人（签名）：

年 月 日

厦门大学学位论文著作权使用声明

本人完全了解厦门大学有关保留、使用学位论文的规定。厦门大学有权保留并向国家主管部门或其指定机构送交论文的纸质版和电子版，有权将学位论文用于非赢利目的的少量复制并允许论文进入学校图书馆被查阅，有权将学位论文的内容编入有关数据库进行检索，有权将学位论文的标题和摘要汇编出版。保密的学位论文在解密后适用本规定。

本学位论文属于

1、保密（ ），在 年解密后适用本授权书。

2、不保密（ ）

（请在以上相应括号内打“√”）

作者签名： 日期： 年 月 日

导师签名： 日期： 年 月 日

内容提要

电视媒介业是我国媒介业的最重要组成部分，也是 21 世纪我国重要的经济增长点。然而，扭曲的资金供给机制扼住了我国电视媒介业的咽喉，使之无法以更快的速度成长和扩张。本文以公共产品的提供和生产理论为基础，对我国和世界上其他国家的电视媒介资金供给机制进行实证研究，最后提出重构我国电视媒介资金供给机制的设想。

本文的基本观点和主要贡献概括如下：

1. 本文运用财政学(或公共经济学)研究的基本范式和理论，率先对电视媒介的资金供给机制进行系统性研究。

2. 在电视产品的经济性质方面，前人认为，电视媒介技术创新和成本补偿方式的发展变化使电视产品由最初是一种纯公共产品演变成为一种混合产品。本文依此为基础加以深入研究，指出根据外部性的大小可以把不同生产环节的电视产品分类为接近纯公共产品的混合产品，公共性中等的混合产品和接近私人产品的混合产品。电视节目是电视媒介的核心产品，不同内容的电视节目可归为不同类型的混合产品。

3. 我国电视媒介资金供给机制的症结在于财政的“越位”和“缺位”。财政没有为电视媒介生产具有公共产品特征的产品提供足够的成本补偿，而要求电视媒介以营利性的经营收入维持简单再生产，并以资本的价值增值来实现扩大再生产，提供公共产品的公益目标与市场经营的营利目标常会产生冲突，同时影响了电视媒介提供公共产品和私人产品的效率。本文在不完全合同理论框架下的研究表明，在完善规制和提高政府监管能力的前提下，电视媒介的某些生产私人产品的环节采取私有产权形式效率会更高，而这些领域被国有资本“越位”占据以至垄断。

4. 本文建议，我国电视台可分拆为国有、私有和非营利组织三种性质的电视媒介机构。原综合电视频道可改为“政府—公众”频道或新闻舆论频道。主要提供新闻时事和舆论节目、对外宣传节目的电视媒介机构以及担负普遍覆盖任务的无线电视发射传输机构、担负对外宣传任务的卫星电视传输机构采取财政全额供给资金的国有产权模式。主要提供科教文化、少儿节目的电视媒介机构以非营利组织的模式运作。除财政提供部分成本补偿资金外，还可播出少量广告，通过开

办付费频道获得观众付费收视收入，也可接受各种基金会、组织、团体和个人的捐款。娱乐、经济信息服务、广告等节目和有线电视网络资源的生产采取成本补偿全部来自市场的方式。生产这类产品的机构以私有产权模式组织生产。国有资本应逐步从竞争性、盈利性领域退出，充分发挥私有产权具有较强的内在利益激励，效率较高的优势。笔者还认为发展私有电视媒介机构首先必须完善对于电视媒介的内容规制和价格规则，提高政府的监管能力。

5. 本文还提出了财政对电视产品中的公益性部分的成本补偿资金合理的来源渠道和补偿顺序，对电视产品的不同财政补贴方式进行效率比较，提出提高财政支出效率的设想。本文还提出了建立电视媒介国有资产管理机制的设想，设想实现了实现国有资本逐步从电视媒介业的竞争性、盈利性领域退出的方式。

关键词：电视媒介；资金供给；公共产品

厦门大学博硕

Abstract

TV media industry is the most important component in our country. It is an important economic growth point in China in the 21st century. But “distorted” TV media funded mechanisms strangles the throat of the TV media industry and restrains its growth and expansion speed. Basing on the theory of the provision and production of public goods, this thesis undertakes the positive studies on the TV media funded mechanisms in our country and other countries. Finally it presents the assumption of reconstruction on TV media funded mechanisms in China.

The main opinion and innovations are as follows: First, the use of the theory of public finance or public economics and systematic study of TV media funded mechanisms are creative. Second, as to the economic nature analysis of TV products, our predecessors admit that with the development of the TV transmission technology and costs compensation fashion, the nature of TV products have changed from being pure public goods to quasi-public goods. This thesis goes further study on this basis and concludes that according to the size of externalities, different TV products of different production segments can be classified into different nature quasi-public goods: nearly pure public, middle public and nearly private. TV programs are core products of TV media. TV programs can be classified into different nature quasi-public goods types basing on different content. Thirds, the key sticking point of TV media funded mechanisms lies in the “offside” and “absent from duty” of public finance. Public finance doesn’t provide adequate costs compensation to the production of the part having public goods characteristic of the TV products, but requires the TV media support simple reproduction by the income of operating profit and realize the expansion of reproduction by the increases of capital value. The commonweal objectives of providing public goods and operating for-profit goal are usually in conflict, at the same time it can affect the efficiency of the provision of public goods and private goods. According to this thesis’s research under the incomplete contracts frame, under the premise of completing regulations and improving the government’s supervision and control ability, this thesis proposes that some production segments of private products in TV media take private property forms will improve the efficiency, however these areas have been occupied and monopolized by state-owned capital. Fourth, this thesis suggests that China’s TV organizations can be split into three kinds

of media institutions: state-owned organizations, private organizations and non-profit organizations. The original general content TV channels could be replaced by “government and the public” channels or “news and public opinion” channels. The TV media which mainly provide news, public opinion and outward publicity programs and the TV launch transmission institutions assuming the obligations of universal coverage and satellite transmission institutions assuming the task of outward publicity should be all operated in the form of state-owned property rights and full funded by public finance. TV media mainly providing children, science, culture and education programs should be operated in the form of non-profit organizations. Besides fiscal funds compensating for part of their costs, they can broadcast a small number of advertising, run charging channels to receive the income from the audience, receive the contributions from various foundations, organizations, groups and individuals. Costs compensation for producing entertainment, economic information, advertising and other programs and the cable TV network resources should be all from the market. The institutions producing such products should be operated in the form of private property rights. The state-owned capital should gradually be withdrawn from the competitive and profit-making field in order to full exert the stronger internal incentive and higher efficiency of private property rights. To advance the development of the private TV media, the content regulations and price rules of TV media must first be completed and the government’s supervision and control ability must be improved. Fifth, this thesis also presents the reasonable sources and order of costs compensation for the commonweal part of TV products. Comparing the efficiency of the different ways of fiscal subsidies for TV products, this thesis proposes the assumption of improving the efficiency of the fiscal expenditure. It also proposes the assumption of establishing the administration mechanisms of state-owned property of TV media and how to realize that the state-owned capital gradually be withdrawn from the competitive and profit-making field.

Key Words: television media; funds supply; public goods

目 录

第一章 导论	1
第一节 选题背景与论题界定	1
第二节 国内外文献综述	7
第三节 研究方法与研究结构	12
第二章 电视产品的经济性质分析	18
第一节 电视产品经济性质的变迁	18
第二节 电视产品经济性质的类型	27
第三章 电视产品提供和生产的规范分析	34
第一节 电视产品提供的规范分析	34
第二节 电视产品生产的规范分析	49
第四章 我国电视媒介资金供给机制的现状与问题	60
第一节 我国电视媒介成本补偿机制的现状与问题	60
第二节 我国电视媒介资本金供给机制的现状与问题	73
第五章 各国电视媒介资金供给机制的比较	88
第一节 各国电视媒介成本补偿机制的比较	88
第二节 各国电视媒介资本金供给机制的比较	102
第六章 重构我国电视媒介的资金供给机制	115
第一节 重构我国电视媒介资金供给机制的总体思路	115
第二节 重构我国电视媒介资金供给机制的具体设想	119
参考文献	133
后记	138

Catalogue

Chapter one: Introduction	1
Section one: Selection of subjects background and topics definition.....	1
Section two: An overview of home and abroad literature	7
Section tree: Research methods and structure... ..	12
Chapter two: Economic nature analysis of TV products	18
Section one: Changes in the economic nature of TV products	18
Section two: The types of the economic nature of TV products.....	27
Chapter tree: Normative analysis of provision and production of TV products	34
Section one: Normative analysis of provision of TV products.....	34
Section two: Normative analysis of production of TV products	49
Chapter four: The status and issues of TV media funded mechanics- ms in China	60
Section one: The status and issues of TV media costs compensated mechanisms in China	60
Section two: The status and issues of TV media capital supplied mechanisms in China	73
Chapter five: Comparisons of TV media funded mechanisms in different countries in the world.....	88
Section one: Comparisons of TV media costs compensated mechanisms in different countries in the world	88
Section two: Comparisons of TV media capital supplied mechanisms in different countries in the world.....	102
Chapter six: Assumption of reconstruction on TV media funded mechanisms in China	115
Section one: General ideas of reconstruction on TV media funded mechanisms in China.....	115
Section two: Assumption of specific systems of reconstruction on TV media funded mechanisms in China.....	119
References	133
Postscript	138

第一章 导论

第一节 选题背景与论题界定

一、选题背景

在我国市场化改革过程中，广播电视媒介一直是体制改革和机制创新的报道者和倡言者，但时至今日，广播电视媒介业仍是我国所剩下的计划经济色彩最浓厚的行业之一，被人们戏称为计划经济的最后一锅“大锅饭”。广播电视媒介不可能永远是市场经济的旁观者，市场经济的洪流必然将其席卷其中。我国经济体制改革的目标是建立社会主义市场经济体制。广播电视媒介体制改革的最终指向和目标也应是建立适应于市场经济体制的广电体制，而广播电视媒介资金供给机制创新在这一改革过程中起着至关重要的基础作用。

资金是市场经济资源配置的基础，改变扭曲的资金供给机制，重构真正符合市场经济要求的资金供给机制，是电视媒介理顺管理、用人等诸多机制的基础工程。在成本补偿机制方面，我国已经从全部依靠财政拨款转变到几乎全部依靠市场经营创收。但在现阶段，电视媒介提供的产品中有些接近纯公共产品，有些是典型的混合产品，也有些接近私人产品，财政并没有为电视媒介生产具有公共产品特征的产品提供足够的成本补偿，而要求电视媒介以营利性的经营收入维持简单再生产，并以资本的价值增值来实现扩大再生产，提供公共产品的公益目标与市场经营的营利目标常会产生冲突，同时影响了电视媒介提供公共产品和私人产品的效率。这种弊端如何克服？

在投资资金的供给方面，长期以来，广电系统内的国有资本基本垄断了电视媒介业投资，在广播电视科技大发展给电视媒介业带来巨大的发展机遇和信息全球化呼唤我国电视媒介业参与全球视听市场竞争的今天，我国电视媒介业亟需巨额的发展资金。资金不足已经成为制约电视媒介业发展的一个瓶颈。在这种情况下，电视产品生产的不同环节各自可以采取什么样的产权形式？某些领域采取私有产权形式是否会有更高的效率？电视媒介业如何实现投资主体的多元化，拓宽投融资渠道？这也是我们目前迫切需要研究的课题。

电视媒介资金供给机制的重构涉及到电视产品的产品性质分析,涉及公共产品的生产和提供理论,涉及公共财政与电视媒介的关系,涉及电视媒介的国有资产管理机制的建立,必须以公共经济学的知识来介入电视媒介经济的研究。而要对这一论题进行研究,又需要充分了解电视媒介的运作规律和相关政策。目前还没有哪位学者把新闻传播学和公共经济学结合起来系统研究电视媒介资金供给机制。本文试图从这个方面入手,力求在新闻传播学与公共经济学的交叉领域中,为探求电视媒介机制创新的方向尽自己的绵薄之力。

首先介绍一下电视媒介业和电视媒介体制改革的大背景:

(一) 科技发展呼唤资金投入和机制创新

近年来,电视传播科技发展日新月异,数字化、网络化技术成为近年科技发展的闪光点。有线电视宽带双向交互式信息网络的改造,数字高清晰度电视、网络电视、手机电视的发展,购置和更新日新月异的技术设备都需要雄厚的资本支持。媒体产业优化升级速度越来越快,随着宽带、数字电视、网络电视、手机电视的发展,频道资源成倍增长,信息传递不断提速,对高质量节目的需求也日益增长,这也需要巨大的资金投入。我国目前国外直接净流入资金数额巨大,本国电视媒介业对外资也有着很强的吸引力,国内私有资本也十分充裕,但由于我国的政策对国内私有资本和外资有较为严格的限制,政策的多变也给电视媒介业投资带来许多不可预见因素,实际引进国内私有资本和外资仍十分有限。

(二) 电视媒介业是国民经济新的重要增长点

电视媒介业是媒介业的核心,而媒介业又是文化产业的核心。文化产业是21世纪的一个全球性朝阳产业。2004年美国的文化产业已经占了当年GDP的21%。按照普华永道的预测,全球娱乐与传媒业在2006年~2007年将以每年5.2%的速度增长,其中媒介业以每年7%的速度稳步增长。¹国际上成熟的电视媒介业,处于科技、制造业、零售业、市场营销和广告业等几种不同的市场的交叉点上,电视媒介业的发展能够强有力地推动整个国民经济的发展。从媒介业与GDP的比值来看,2004年中国广告经营额达1264.6亿元,约占中国GDP的0.93%,2004年中国媒介业产值达3270亿元,约占中国GDP的2.2%,而世界上先进国家的平均水平是,广告经营额占该国GDP的2%,媒介业占该国GDP

¹引自博鳌亚洲论坛—2005'国际文化产业会议资料。

的 5%。按上述数据,我国媒介业和广告业都存在一倍左右的增量空间。² 2004 年,我国全年电视广告收入已经达到 291.5 亿,而在全中国广告市场上的份额仅为 23%。³据发达国家的数据,在各种媒介广告中电视广告一般占总额的 45%~50%。⁴可见电视广告同样也存在一倍左右的增量空间。随着数字电视发展而兴起的付费电视也具有巨大的市场潜力。据亚洲有线与卫星宽带协会(CASBAA)的报告预测,2010 年,中国电视付费频道用户数量将达到 1.28 亿户,有 1000 亿元的收视市场规模。⁵

(三) 增强我国电视媒介参与国际竞争的实力是维护国家利益的需要

随着信息全球化的发展,今天的中国电视媒介业,已无可选择地与世界媒介业的发展紧密相连了。近年来,西方发达国家广播电视媒介业大并购、大联合,形成跨国媒介集团,在国际的大舞台上攻城略地。跨国媒介集团支配着全球大众传媒市场。全球收入排名前 50 位的媒介公司占据了当今世界上 95%的媒介业市场。目前传播于世界各地的新闻,70%以上是由西方发达国家的跨国媒介集团采集发布的。美国控制了全球 75%以上的电视节目的生产和制作。许多第三世界国家的电视节目中有 60%~80%的栏目内容来自美国,几乎成为美国电视节目的转播站;而在美国自己的电视节目中,外国节目的占有率只有 1.2%。早在 1998 年,美国影视业及相关产业出口贸易总收入就高达 600 亿美元,取代了原来的航空器和航天器的出口,占了美国各行业出口贸易额的第一位。⁶中国拥有世界上最大的媒介市场,跨国媒介集团早就盯上了中国市场。按照世界贸易组织的规则,广播电视属于服务贸易范畴,世界贸易组织协议中并没有要求开放广播电视,我国也没有就对外开放广播电视领域做出承诺,因此,表面上看来入世对我国广播电视的外部环境没有太大影响。但实际上,入世后,我国广播电视的发展不可避免地面临来自国外的冲击和影响。外资已通过各种方式迂回进入我国电视媒介业。应对入世挑战,要求我国电视媒介业要有较强的竞争实力,才能在激烈的、来自国内外的市场竞争中求得生存和发展。我国政府也鼓励国内电视媒介逐步向外拓展,把中国的声音传向世界。让中国的广播影视产品和服务走向世界是我们的最

²崔保国、卢金珠. 中国传媒产业的现实与发展趋势[J]. 新闻记者, 2005, (9).

³广宣. 2004 年中国广告业统计数据分析[J]. 现代广告, 2005, (7).

⁴杨伟光. 探讨电视产业规律, 加快电视产业发展[J]. 中国广播电视学刊, 2003, (8).

⁵浙报. 收费电视真要来了[J]. 浙江日报, 2003-7-25.

⁶中国社会科学院文化研究中心. 美国文化产业一瞥[J]. 文化政策调研, 2003, (8).

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕